

Intisari

Usaha dalam mendapatkan karyawan yang berkompeten sedang menjadi isu yang banyak dibahas oleh praktisi sumber daya manusia. Hal ini menjadi hal krusial yang harus diperhatikan bagi perusahaan di Indonesia. Meningkatnya jumlah organisasi dan para pelamar kerja akan membuat terjadinya *Talent War* atau perebutan sumber daya manusia yang bertalenta. Meningkatkan jumlah pelamar yang diseleksi pada dasarnya merupakan strategi yang paling efektif untuk mendapatkan talenta tersebut. Namun, keefektifan tersebut berbeda-beda tergantung dari daya tarik organisasi, sehingga perusahaan di Indonesia perlu memikirkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik organisasinya.

Salah satu strategi yang dapat meningkatkan daya tarik organisasi adalah dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Weber (2008) menemukan beberapa manfaat CSR yaitu meningkatkan citra perusahaan, reputasi, dan ekuitas merek. Penelitian ini ingin menganalisa strategi tersebut, yaitu dengan menganalisa pengaruh positif tanggung jawab sosial perusahaan terhadap daya tarik organisasi dan efek mediasi reputasi perusahaan dalam pengaruh tersebut pada perusahaan di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan mengambil data primer menggunakan kuesioner yang disebar kepada mahasiswa baru lulus/tingkat akhir di Indonesia yang memiliki ketertarikan untuk bekerja di perusahaan di Indonesia. Data dianalisis menggunakan Partial Least Square Structural Equation Model (SEM-PLS) dengan aplikasi WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dari kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap daya tarik organisasi. Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan adanya efek mediasi parsial dan mediasi penuh dari reputasi perusahaan pada pengaruh positif tersebut, sehingga perusahaan di Indonesia perlu secara cermat memilih strategi tanggung jawab sosial perusahaan yang paling efektif meningkatkan daya tarik organisasinya.

Kata Kunci: Tanggung jawab sosial perusahaan, reputasi perusahaan, daya tarik organisasi.

Abstract

The effort to obtain competent employees is currently a hot topic among human resources practitioners. This has become a crucial matter that must be considered by companies in Indonesia. The increasing number of organizations and job applicants will result in a Talent War, or a competition to obtain talented human resources. Increasing the number of applicants who are selected is basically the most effective strategy to obtain such talents. However, its effectiveness varies depending on the organization's attractiveness, so companies in Indonesia need to consider the right strategy to enhance their organization's attractiveness.

One strategy that can increase organizational attractiveness is by implementing Corporate Social Responsibility (CSR). Weber (2008) found several benefits of CSR, including enhancing the company's image, reputation, and brand equity. This study aims to analyze the positive effect of CSR on organizational attractiveness, as well as the mediating effect of the company's reputation on this positive effect among companies in Indonesia. The study was conducted by collecting primary data using questionnaires distributed to new graduates/final-year students in Indonesia who have an interest in working for companies in Indonesia. Data were analyzed using Partial Least Square Structural Equation Model (SEM-PLS) with the WarpPLS 7.0 application.

The results showed a positive influence of CSR activities on organizational attractiveness. On the other hand, the study also found a partial and full mediating effect of the company's reputation on this positive influence, indicating that companies in Indonesia need to carefully choose the most effective CSR strategy to enhance their organizational attractiveness.

Keywords: *Corporate social responsibility, corporate reputation, organizational attractiveness*